

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG**

SKRIPSI

**WAHYU SAFITRI
2114600292**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN PERSYARATAN
MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG

(STUDI KASUS PADA WARGA RW 014 KELURAHAN PISANGAN BARU)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Januari 2021

Wahyu Safitri

NPK 2114600292

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG

(STUDI KASUS PADA WARGA RW 014 KELURAHAN PISANGAN BARU)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Rama Chandra SE.,ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 28 Januari 2021

Menyetujui

Pembimbing,


Rama Chandra SE.,ME

Mengetahui

Kepala Prodi S-1 Manajemen


M. Nurcahyo V. Pradityo, BBA., M.Sc.

HALAMAN PENGESAHAN





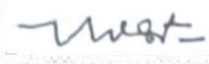
Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG**

(STUDI KASUS PADA WARGA RW 014 KELURAHAN PISANGAN BARU)

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIEI) pada tanggal 28 Januari 2021 dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi

1.   Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  Rama Chandra SE, ME
(Pembimbing)
3.  Drs. Sumitro M.SC
(Pengaji 1)
4.  Dedi Prastati, SE., MBA
(Pengaji 2)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Salam Sejahtera

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Rama Chandra SE.,ME, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs, Sumitro M.Sc dan Ibu Doddi Prastuti, SE., MBA selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Pihak warga RW 014 Kelurahan Pisangan Baru yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kedua orang tua yang tak pernah putus asa dalam memberikan doa, terutama Alm. Bapak sebelum meninggal yang telah berpesan agar anaknya lulus menjadi sarjana, seperti apa yang beliau inginkan dan teruntuk mama yang telah membiayai saya selama kuliah, serta tenaga dan waktu yang tak pernah lelah dalam membimbing saya.
8. Untuk anakku Arsyila Ayudia Inara yang telah memberikan saya semangat dalam menyelesaikan skripsi ini

9. Untuk sahabatku Fitrianita Lestari, Ria Adetama, Bang Redy, Asima Septiana, Riska Majid, Pak Irham, Anita Sri Wahyuni, Novia Dan Novria Dewi Yanti terima kasih untuk dukungan, saran dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Untuk saudaraku Nur Mas Yenti, Siti Jariah, Muhammad Ramli, Uni Lia, Tek Des terima kasih untuk dukungan, saran dan kritik.
11. Untuk suamiku Herdian yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.
12. Untuk teman seperjuangan grup “Pejuang Skripsi” Kamilah Ayu, Wulan, Hariman Siregar terima kasih atas dukungan, saran dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
13. Seluruh teman-teman STEI program Strata Managemen Angkatan 2014 terima kasih untuk momen kebersamaan yang terbaik selama di STEI.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 28 Januari 2021

Wahyu Safitri
NPK 211460029

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wahyu Safitri
NPM : 2114600292
Program Studi : S1 MANAJEMEN
Jenis Karya : SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas skripsi saya yang berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG (STUDI
KASUS PADA WARGA RW 014 KELURAHAN PISANGAN BARU)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 28 Januari 2021

Yang Menyatakan

Wahyu Safitri

Wahyu Safitri

2114600292

Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Rama Chandra SE.,ME

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG (STUDI KASUS PADA WARGA RW 014 KELURAHAN PISANGAN BARU)

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada warga RW 014 Kelurahan Pisangan Baru.

Penelitian ini metode survei menggunakan analisa kuantitatif . Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi dan koefisien determinasi simultan dengan menggunakan program SPSS versi 26.0 *for windows*. Populasi umum dalam penelitian ini adalah warga RW 014 Kelurahan Pisangan Baru, sedangkan populasi sasarnya adalah 97 responden pada warga RW 014 Kelurahan Pisangan Baru yang membeli dan menggunakan *Smartphone* Samsung dalam satu tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel digunakan dengan metode *random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 97 responden dari rumus *MOE*.

Hasil dari penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi secara simultan menunjukkan kualitas produk, citra merek dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya hidup, Keputusan Pembelian

Wahyu Safitri

2114600292

S1 Management Study Program

Supervisor :

Rama Chandra SE.,ME

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISIONS ON SAMSUNG *SMARTPHONE* (A CASE STUDY ON THE CITIZENS OF RW 014 KELURAHAN PISANGAN BARU)

ABSTRACT

The research objective was to determine the analysis of the effect of product quality, brand image and lifestyle on purchasing decisions for Samsung smartphones in residents of RW 014, Pisangan Baru Village. The target population in this study are all consumers who buy and use Samsung smartphones and live in RW 014 Pisangan Baru Village.

In this study, the sampling used purposive sampling. Data collection using questionnaires as many as 97 respondents.

The results of this study indicate that there is a very strong relationship between brand image and purchasing decisions, product quality has a moderate relationship with purchasing decisions, and a low relationship between lifestyle and purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Lifestyle, Purchase Decision

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	17
2.2.1. Manajemen Pemasaran	17
2.2.2. Bauran Pemasaran	19

2.2.3. Model Pemasaran	20
2.3. Kualitas Produk	21
2.3.1. Indikator Kualitas Produk	22
2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	23
2.4. Citra Merek	24
2.4.1. Indikator Citra Merek	24
2.5. Gaya Hidup	25
2.5.1. Indikator Gaya Hidup	26
2.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	26
2.6. Keputusan Pembelian	27
2.6.1. Indikator Keputusan Pembelian	28
2.6.2. Faktor-FaktorMempengaruhiKeputusanPembelian	30
2.7. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	33
2.7.1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	33
2.7.1. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	34
2.7.1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian.....	34
2.8. Pengembangan Hipotesisi	35
2.9. Kerangka Konseptual Penelitian	36
BAB III METODA PENELITIAN	37
3.1. Strategi Penelitian	37
3.2. Populasi dan Sampel	38
3.2.1. Populasi Penelitian	38
3.2.2. Sampel Penelitian	38
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	40
3.4. Operasional Variabel	41
3.5. Metoda Analisis Data	44
3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif	44
3.5.2. Analisis Jawaban Responden	44
3.5.3. Analisis Statistik Data	45
3.5.4. Analisis Kolerasi dan Determinasi	47
3.5.4.1. Koefisien Korelasi	47

3.5.4.2. Koefisien Determinasi	48
3.5.5. Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	55
4.2. Analisa Statistik Deskriptif	55
4.2.1. Deskripsi Responden	55
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden	58
4.3. Analisis Statistik Data	63
4.4. Uji Hipotesis	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1. Simpulan	73
5.2. Saran	75
DAFTAR REFERENSI	76
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Indonesia Top 5 Perusahaan <i>Smartphone</i>	4
Tabel 3.1. Alternatif Jawaban Skala Likert	42
Tabel 3.2. Variabel, Indikator, Sub Indikator, Kualitas Produk	44
Tabel 3.3. Variabel, Indikator, Sub Indikator, Citra Merek	44
Tabel 3.4. Variabel, Indikator, Sub Indikator, Gaya Hidup	45
Tabel 3.5. Variabel, Indikator, Sub Indikator, Keputusan Pembelian	45
Tabel 3.6. Batasan Skor Reliabilitas Cronbach's Alpha	48
Tabel 3.7. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	49
Tabel 4.1. Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden	56
Tabel 4.2. Responden Status Berdasarkan Seri Smartphone Yang Dibeli	58
Tabel 4.3. Indeks Persepsi Responden Terhadap Kualitas Produk.....	60
Tabel 4.4. Indeks Persepsi Responden Terhadap Citra Merek	61
Tabel 4.5. Indeks Persepsi Responden Terhadap Gaya Hidup	62
Tabel 4.6. Indeks Persepsi Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.7. Validitas Instrumen Per Item Untuk Kualitas Produk	64
Tabel 4.8. Validitas Instrumen Per Item Untuk Citra Merek.....	64
Tabel 4.9. Validitas Instrumen Per Item Untuk Gaya Hidup.....	65
Tabel 4.10. Validitas Instrumen Per Item Untuk Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Untuk Semua Variabel.....	66
Tabel 4.12. Hasil Koefisien Korelasi Parsial Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.13. Hasil Koefisien Korelasi Parsial Cita Merek Terhadap Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.14. Hasil Koefisien Korelasi Parsial Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi Simultan.....	70
Tabel 4.16. Hasil Simultan Uji F	71
Tabel 4.17. Rangkuman Hasil Penelitian	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	38
Gambar 4.1. Responden Usia 16-25 Tahun Berdasarkan Status	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Instrumen Penelitian	76
Lampiran 2. Total Skor Untuk Variabel Kualitas Produk	81
Lampiran 3. Total Skor Untuk Variabel Citra Merek	84
Lampiran 4. Total Skor Untuk Variabel Gaya Hidup	88
Lampiran 5. Total Skor Untuk Variabel Keputusan Pembelian	92
Lampiran 6. Data Frekuensi Jawaban	96
Lampiran 7. Hasil Pengolahan Data Uji Validitas Kualitas Produk	97
Lampiran 8. Hasil Pengolahan Data Uji Validitas Citra Merek	98
Lampiran 9. Hasil Pengolahan Data Uji Validitas Gaya Hidup	99
Lampiran 10. Hasil Pengolahan Data Uji Validitas Keputusan Pembelian	100
Lampiran 11. Hasil Pengolahan Data Uji Reliabilitas	101
Lampiran 12. Hasil Korelasi Kualias Produk Terhadap Keputusan Pembelian	102
Lampiran 13. Hasil Korelasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	103
Lampiran 14. Hasil Korelasi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	104
Lampiran15. Koefisien Determinasi Variabel Terhadap Keputusan Pembelian	105
Lampiran 16. Tabel R Koefisien Korelasi	106
Lampiran 17. Titik Distribusi F Untuk Probabilitas = 0,05	109
Lampiran 18. Surat Keterangan Riset	112
Lampiran 19. Daftar Riwayat Hidup	113